

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Sebagai *content creator intern* di media sosial PT. Cakrawala Andalas Television (ANTV) tugas utama yang dilakukan adalah membantu dalam pembuatan materi dan *editing* konten di Facebook dan Instagram, Selain itu juga ditugaskan untuk melakukan analisis media sosial milik ANTV.

Peserta kerja magang melakukan koordinasi dan bertanggung jawab kepada mentor atau pembimbing lapangan dan kepada seluruh tim media sosial. Sebelum melakukan pekerjaan akan diberikan *brief* oleh pembimbing lapangan Boy Farabian sebagai *Social Media Creative* dan diajak untuk *brainstorming* bersama dengan anak magang lainnya, hasil dari *brainstorming* tersebut akan menghasilkan materi-materi konten yang menarik, lalu setelah itu baru diluruskan oleh pembimbing lapangan agar lebih sesuai hingga akhirnya dibuat menjadi konten baik untuk Facebook dan Instagram.

Seluruh aktivitas media sosial yang akan diunggah, dicek terlebih dahulu oleh manager untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan terjadi. Selain itu juga mendapatkan bimbingan dari anggota Divisi *Brand Activation and Communication* lainnya yakni Muhammad Zainul Arief dan Recka Septiandhy. Peserta memiliki tanggungjawab untuk memantu menyalurkan ide dan menyelesaikan tugas kepada pembimbing lapangan.

Selama proses magang berlangsung, tugas yang diberikan terkait dalam pembuatan konten untuk media sosial. Selain itu, juga diberikan tanggung jawab untuk menjadwalkan postingan di media sosial dan setiap minggu bertanggungjawab untuk memberikan *weekly report* media sosial ANTV (Facebook dan Instagram) kepada pembimbing lapangan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Kegiatan Divisi *Brand Activation and Communication* PT. Cakrawala Andalas Television (ANTV) adalah mengkomunikasikan pesan kepada publik

melalui media sosial perusahaan. Divisi terkait mempercayakan peserta kerja magang untuk melakukan beberapa aktivitas media sosial, berikut adalah tugas yang dilakukan selama proses praktik kerja magang di PT. Cakrawala Andalas Television (ANTV):

1. Membuat konten untuk Media Sosial

Tanggung jawab utama yang diberikan adalah pembuatan ide konten media sosial pada Facebook dan Instagram yang berisikan informasi jadwal pemutaran film atau sinetron dan juga informasi mengenai artis yang sedang naik daun dalam bentuk *video editing* atau poster promo. Selain itu juga sering diadakan *quiz*, *giveaway*, dan *games* mengenai seputar film atau sinetron yang sedang tayang di ANTV.

2. Aktivitas Media Sosial

Memantau aktivitas media sosial menjadi salah satu tanggung jawab, menjadwalkan *postingan* yang telah dibuat untuk media sosial Facebook atau Instagram dan memperhatikan *caption*, *comment*, dan *message* yang masuk ke media sosial ANTV.

3. *Social Media Weekly Report*

Membuat *weekly report* media sosial Facebook dan Instagram setiap minggu, yang mencakup (Program, Judul, *Reach*, *Engagement*, dan *Estimated Earnings*), selain itu juga membuat *report monetize* Facebook atau penghasilan yang didapatkan oleh konten yang diunggah pada Facebook.

Tabel 3.1 Kegiatan Mingguan Kerja Magang

Minggu ke-	Pekerjaan yang dilakukan	Keterangan
1 (18 - 22 Agustus 2020)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Content Planning</i> - <i>Scheduling Content</i> - <i>Social Media Monitoring</i> - <i>Weekly Report</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat ide dan konten untuk media sosial ANTV - Mengedit 2 video, kompilasi video program ANTV - Membuat jadwal untuk postingan Facebook ANTVLovers - Memantau aktivitas media sosial - Membuat <i>weekly report</i> aktivitas media sosial Facebook dan Instagram
Ke-2 (24 - 28 Agustus 2020)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Content Planning</i> - <i>Scheduling Content</i> - <i>Social Media Monitoring</i> - <i>Weekly Report</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat ide dan konten untuk media sosial ANTV - Mengedit 2 video, kompilasi video program ANTV - Membuat jadwal untuk postingan Facebook ANTVLovers - Memantau aktivitas media sosial - Membuat <i>weekly report</i> aktivitas media sosial Facebook dan Instagram
Ke-3 (31 Agustus - 4 September 2020)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Content Planning</i> - <i>Scheduling Content</i> - <i>Social Media Monitoring</i> - <i>Weekly Report</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat ide dan konten untuk media sosial ANTV - Mengedit 2 video, kompilasi video program ANTV - Membuat jadwal untuk postingan Facebook ANTVLovers - Memantau aktivitas media sosial - Membuat <i>weekly report</i> aktivitas media sosial Facebook dan Instagram

Minggu ke-	Pekerjaan yang dilakukan	Keterangan
Ke- 4 (7 - 11 September 2020)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Content Planning</i> - <i>Scheduling Content</i> - <i>Social Media Monitoring</i> - <i>Weekly Report</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat ide dan konten untuk media sosial ANTV - Mengedit 3 video, kompilasi video program ANTV - Membuat jadwal untuk postingan Facebook ANTVLovers - Memantau aktivitas media sosial - Membuat <i>weekly report</i> aktivitas media sosial Facebook dan Instagram
Ke- 5 (14-18 September 2020)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Content Planning</i> - <i>Scheduling Content</i> - <i>Social Media Monitoring</i> - <i>Weekly Report</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat ide dan konten - untuk media sosial ANTV - Mengedit 3 video, kompilasi video program ANTV - Membuat jadwal untuk postingan Facebook ANTVLovers - Memantau aktivitas media sosial - Membuat <i>weekly report</i> aktivitas media sosial Facebook dan Instagram - Membuat <i>report montize</i> pada Facebook
Ke- 6 (21-25 September 2020)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Content Planning</i> - <i>Scheduling Content</i> - <i>Social Media Monitoring</i> - <i>Weekly Report</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat ide dan konten untuk media sosial ANTV - Mengedit 2 video, kompilasi video program ANTV - Membuat jadwal untuk postingan Facebook ANTVLovers - Memantau aktivitas media sosial - Membuat <i>weekly report</i> aktivitas media sosial - Membuat <i>report montize</i> pada Facebook

Minggu ke-	Pekerjaan yang dilakukan	Keterangan
Ke- 7 (28 September - 2 Oktober 2020)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Content Planning</i> - <i>Scheduling Content</i> - <i>Social Media Monitoring</i> - <i>Weekly Report</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat ide dan konten untuk media sosial ANTV - Membuat jadwal untuk postingan Facebook ANTVLovers - Memantau Aktivitas media sosial - Membuat <i>weekly report</i> aktivitas media sosial Facebook dan Instagram - Membuat <i>report montize</i> pada Facebook
Ke-8 (5 - 9 Oktober 2020)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Content Planning</i> - <i>Scheduling Content</i> - <i>Social Media Monitoring</i> - <i>Weekly Report</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat ide dan konten untuk media sosial ANTV - Membuat jadwal untuk postingan Facebook ANTVLovers - Memantau Aktivitas media sosial - Membuat <i>weekly report</i> aktivitas media sosial Facebook dan Instagram
Ke-9 (12-16 Oktober 2020)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Content Planning</i> - <i>Scheduling Content</i> - <i>Social Media Monitoring</i> - <i>Weekly Report</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat ide dan konten untuk media sosial ANTV - Membuat jadwal untuk postingan Facebook ANTVLovers - Memantau Aktivitas media sosial - Membuat <i>weekly report</i> aktivitas media sosial Facebook dan Instagram

Minggu ke-	Pekerjaan yang dilakukan	Keterangan
Ke-10 (19-23 Oktober 2020)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Content Planning</i> - <i>Scheduling Content</i> - <i>Social Media Monitoring</i> - <i>Weekly Report</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat ide dan konten untuk media sosial ANTV - Membuat jadwal untuk postingan Facebook ANTVLovers - Memantau aktivitas media sosial - Membuat <i>weekly report</i> aktivitas media sosial Facebook dan Instagram - Membuat <i>report montize</i> pada Facebook
Ke-11 (26 Oktober - 6 November 2020)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Content Planning</i> - <i>Scheduling Content</i> - <i>Social Media Monitoring</i> - <i>Weekly Report</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat ide dan konten untuk media sosial ANTV - Membuat jadwal untuk postingan Facebook ANTVLovers - Memantau aktivitas media sosial - Membuat <i>weekly report</i> aktivitas media sosial Facebook dan Instagram
Ke-12 (9 - 13 November 2020)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Content Planning</i> - <i>Scheduling Content</i> - <i>Social Media Monitoring</i> - <i>Weekly Report</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat ide dan konten untuk media sosial ANTV - Membuat jadwal untuk postingan Facebook ANTVLovers - Memantau aktivitas media sosial - Membuat <i>weekly report</i> aktivitas media sosial Facebook dan Instagram - <i>Editing greetings</i> untuk program yang akan tayang (HYT, BPBM, dan Uttaran)

3.3 Pembahasan

Perusahaan yang ingin bergerak ke arah strategi pemasaran konten merasa sulit untuk mengembangkan dan menerapkan idenya. Oleh karena itu, dibuat strategi untuk perusahaan dalam membuat sebuah konten kreatif dengan tujuan pemasaran (Pulizzi J. & Barrett N. 2014. p.29). Strategi tersebut adalah B.E.S.T. yang terdiri dari *behavioural*, *essential*, *strategic*, dan *targeted*. Konsep ini yang menjadi dasar dalam seorang *Content Creator* dalam membuat sebuah *Content Marketing* dan menjadi acuan dalam membuat *content planning*.

3.3.1 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1.1 Tahapan Pertama atau Tahapan *Behavioural*

Pada tahap ini dilakukan untuk mengawali dalam pembuatan tugas yang diberikan oleh pembimbing lapangan, sebelumnya dilakukan *meeting* untuk membahas mengenai tugas-tugas apa saja yang akan dilakukan dan bagaimana cara mengerjakannya. Tahapan ini merupakan tahap awal sebelum tugas-tugas dikerjakan yaitu, pembuatan kerangka kerja yang akan dikerjakan selama sebulan, kerangka kerja berguna bagi *content creator* untuk menentukan apa saja yang akan dilakukan selanjutnya. Saat mengerjakan kerangka kerja tersebut, diperlukan riset untuk mengetahui perkembangan di media sosial khususnya dalam lingkup pertelevisian.

Setelah mengetahui apa saja yang akan dikerjakan, yaitu pembuatan konten menarik sebagai promo serial film yang akan tayang untuk diunggah ke media sosial ANTV selanjutnya membuat rancangan kontennya apakah dalam bentuk poster, video, atau foto.

3.3.1.2 Tahapan Kedua atau Tahapan *Essential*

Pada tahap ini, fokus terhadap pembuatan naskah konten untuk pengambilan gambar yang nantinya akan berbentuk video, naskah yang dibuat sesuai dengan tema yang sedang diangkat saat itu misalnya saat menjelang penayangan serial film “Naagin” di ANTV maka naskah dibuat untuk mempromosikan serial yang akan tayang tersebut. Pembuatan naskah ini bertujuan untuk agar pesan didalam konten tersebut dapat tersampaikan dengan

baik dan jelas dalam bentuk video Instagram dengan durasi video yang bervariasi yaitu 15, 30, hingga 60 detik.

3.3.1.3 Tahapan Ketiga atau Tahapan *Strategic*

Pada tahap ini, terfokus pada strategi untuk konten video promo yang akan di-*publish*, maka dari itu tahap ini adalah tahap video yang telah diambil sebelumnya diedit dengan semenarik mungkin dan pesan-pesan yang ada di dalamnya dapat tersampaikan dengan baik kepada *audience* yang menonton. Proses *editing* yang dilakukan dua yaitu, yang pertama membuat *thumbnail* untuk video tersebut di Adobe Illustrator dengan pemilihan warna dan *font* berdasarkan ketentuan dari perusahaan dan pembimbing lapangan. Selanjutnya setelah membuat *thumbnail* untuk video tersebut, baru mengedit hasil rekaman video menjadi lebih pendek, menarik, dan informatif.

3.3.1.4 Tahapan Keempat atau Tahapan *Targeted*

Setelah video selesai dan melewati hasil revisi hingga akhirnya di *approved* oleh pembimbing, selanjutnya pada proses untuk mengunggah video promo tersebut ke media sosial, saat ingin mengunggah video ke media sosial perlu memperhatikan jadwal *timing* yang tepat agar target yang dituju sesuai dengan yang diinginkan, misalnya serial *Naagin* nantinya akan ditayangkan pada 1 September 2020 pukul 15.00 WIB maka biasanya jadwal untuk promo akan dilakukan 3 hari sebelum penayangan serial tersebut di waktu yang ditentukan oleh pembimbing lapangan.

Saat konten telah diunggah ke media sosial, maka selanjutnya akan ada evaluasi dari konten yang telah dibuat apakah dampak yang didapatkan hal tersebut dapat dilihat dari *comment* yang diberikan dari postingan tersebut apakah *audience* menyukai konten dan program tersebut atau tidak, selain dari *comment* juga dapat dilihat dari *report weekly* yang diadakan setiap minggunya untuk melihat *reach*, *engagement*, *likes*, serta kenaikan *followers*.

3.3.2 Konten Media Sosial

Salah satu kegiatan dalam *marketing communication* adalah *social media marketing*, yaitu kegiatan memonitor media sosial dan menggunakan media sosial untuk meningkatkan interaksi perusahaan dengan konsumen. Komunikasi dalam media sosial dapat berkaitan dengan brand, produk, dan promosi (Chaffey & Chadwick, 2016, p. 34-35). Media sosial berkaitan erat dengan konten yang mana konten merupakan pesan yang dibuat untuk mengkomunikasikannya kepada konsumen yang diunggah ke media sosial maupun *website* dalam bentuk gambar, video, dan tulisan (Handley & Chapman, 2011, p.6).

Konten yang menarik dan juga konsisten akan sangat berpengaruh pada *followers* agar mereka tertarik dan dapat terus berinteraksi dengan perusahaan. Agar interaksi antara *followers* dan perusahaan terus terjaga, maka aktivitas pada media sosial harus aktif dengan cara memberikan konten yang menarik seputar informasi penting, tidak hanya video saja yang diunggah, namun video juga akan sangat menarik bagi *followers*. Selain itu, juga membuat konten video untuk Instagram dan Facebook ANTV untuk menjaga hubungan dengan *followers*. Konten sendiri memiliki berbagai macam jenis, mulai dari tulisan, gambar, video, ataupun *podcast* yang saat ini sedang marak kembali. Peranan konten dalam media sosial sangat berpengaruh terhadap sebuah perusahaan dalam menarik atau mempertahankan konsumennya, karena pada konteks media sosial para konsumen akan mencari informasi yang mereka inginkan dan butuhkan. Segala sesuatu yang telah dibuat merupakan bagian dari halaman, bagian dari pemasaran (video, foto, *webinar*, *podcast*, dan sebagainya termasuk ke dalam konten (Ann Handley & C.C. Chapman, 2010, p.25).

Konten merupakan hal penting untuk mengetahui identitas suatu perusahaan (Perlman, 2014, p.53). Tidak ingin ketinggalan dalam perkembangan media digital, ANTV memiliki media sosial dalam menjangkau *audience* nya tidak hanya melalui media televisi saja. Untuk dapat menarik *audience* dengan media sosial miliknya, ANTV memberikan konten berupa informasi seputar penayangan sinetron, promosi sinetron dan film, *games* atau *quiz* yang seru, dan juga *giveaway* kepada *followers* nya. Setiap *posting-an* diberi *caption* dan

hashtag yang relevan dengan konten yang ingin di *post*, untuk menjangkau lebih luas maka *hashtag* sangat diperlukan dan sangat berpengaruh.

Salah satu cara agar profil media sosial banyak dikunjungi adalah dengan membuat konten yang sedang *happening* sehingga banyak yang tertarik untuk melihat konten tersebut, bisa dalam bentuk konten kuis, fakta unik, ataupun video-video singkat. Menurut Handley & Chapman (2011, p. 197), konten dalam bentuk video memiliki kemampuan yang tinggi dalam bercerita dibandingkan sekadar teks atau audio, video lebih mudah diingat oleh konsumen. Menurut Handley & Chapman terdapat beberapa karakteristik video yang menarik diunggah ke media *online*:

1. Mencakup cerita asli dari perusahaan
2. Subjek dalam video adalah orang asli
3. Mencakup pemain figuran untuk menambah kredibilitas perusahaan, seperti pedagang, *stakeholders*, atau konsumen.

Berdasarkan artikel dari iMarketology (Mei 2020) menjelaskan bahwa dalam pembuatan konten berbentuk video yang bertujuan untuk didistribusikan melalui media sosial, maka *brand* perlu menentukan durasi yang tepat, agar konten video tersebut tidak terpotong secara otomatis oleh *platform* yang digunakan. Berikut ini rekomendasi durasi video yang terbaik untuk masing - masing jenis media sosial:

- Instagram : 30 Detik
- Twitter : 45 Detik
- Facebook : 1 Menit
- YouTube : 2 Menit

Dapat dikatakan bahwa semakin singkat durasi video maka semakin baik, karena mayoritas audiens cenderung cepat jenuh jika melihat video dengan durasi yang terlalu lama. Namun bukan berarti video berdurasi panjang tidak berguna dan tidak boleh digunakan. Video berdurasi panjang dapat berfungsi untuk memberikan penjelasan detail, terutama tentang hal-hal teknis. Dan saran mengenai video ini adalah, “Jangan menggunakan video berdurasi panjang tanpa alasan”, dengan kata lain, hindari memperpanjang durasi hanya karena merasa kontennya terlalu singkat.

Pada saat acara *talk show* antara *Vice President Director* ANTV yaitu Otis Hahijary dengan salah satu artis yaitu Dimas Ahmad mengenai tanya-jawab seputar kehidupan, selain siaran langsung melalui Instagram ANTV tim juga menyiapkan beberapa pertanyaan untuk dijadikan konten di Instagram yaitu mengadakan *games* “Pernah Ngga Pernah”. Hal tersebut menarik perhatian karena tidak sering *vice president* bisa ikut bermain dalam pembuatan konten.

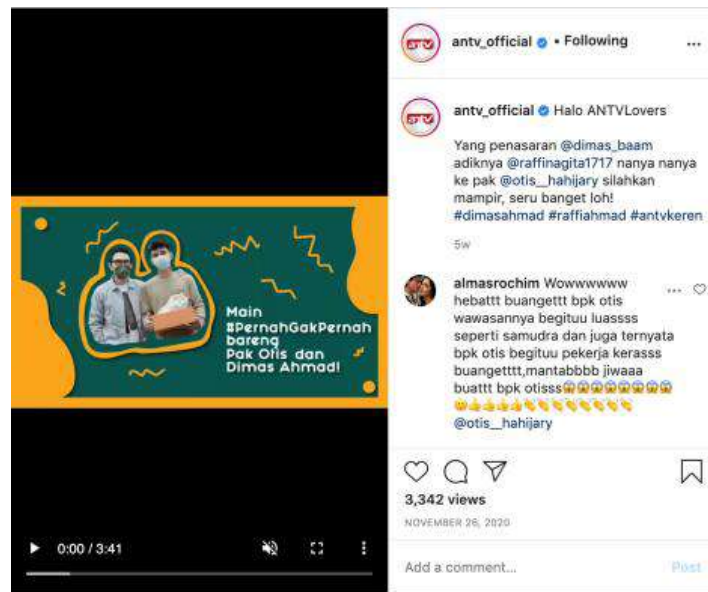
Aplikasi yang digunakan adalah aplikasi Adobe Illustrator dan Adobe Premiere untuk mendesain dan mengedit *video games* tersebut yang diunggah pada Instagram ANTV. Dalam penggunaan aplikasi tersebut terdapat kendala yaitu dalam proses editing video, peserta tidak bisa mengaplikasikan pembuatan editing video yang menggunakan *green screen* karena tidak diajarkan dalam mata kuliah multimedia laboratory sehingga hal tersebut diajarkan pada saat kerja magang berlangsung.

Gambar 3.1 Proses *editing* Konten Video Media Sosial



Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2020

Gambar 3.2 Instagram TV ANTV (Hasil video setelah di unggah)



Sumber : Instagram @antv_official

3.3.2 Content Scheduling

Langkah selanjutnya yang dilakukan setelah pembuatan konten adalah penyusunan jadwal postingan media sosial. Menurut Mendenhall (2019), sangat direkomendasikan untuk menggunakan kalender konten media sosial. Kalender konten sangat membantu dalam menyusun waktu dan kapan konten harus dipublikasi serta menetapkan rencana selanjutnya, meliputi tema, dan tanggal publikasi yang menjadi acuan untuk tim media sosial. Media yang digunakan untuk penjadwalan media sosial adalah *Facebook Creator Studio*. *Facebook Creator Studio* dapat diakses melalui *desktop* dalam bentuk *website*, media sosial yang dipegang selama kerja magang adalah Instagram dan Facebook *official* milik ANTV.

Gambar 3.3 Jadwal Facebook di Creator Studio

[illegible]

Sumber : business.facebook.com/creatorstudio

Gambar 3.4 Jadwal Instagram di Creator Studio

Cinder Studio

Create Post +

Content Library Posts

All Content Video Photo Carousel Stories ReTV

Post Status: All All time Jan 2, 2021 - Jan 3, 2021 Search

	Post	Post Status	Date	Likes	Comments
	RACHA KOSIRINA - SELASA, 5 JANUARI 2021 - PUNIA 19.30 WIB Ser... #ig #idv	Published	Today 6:21 PM	134	17
	AYO BUKAN DIA - SELASA, 5 JANUARI 2021 - PUNIA 17.00 WIB Jene... #ig #idv	Scheduled	Today 6:02 PM	-	-
	Mimpi apa sih diungkapin belakari Tahun Baru sama siapa gini? 🤔 #ig #idv	Published	Today 6:23 PM	86	3
	@hearts_id #ig #idv	Published	Today 6:21 PM	-	-
	AYO BERIKAN KOMENTAR! Hala AMYLOVER, jangan sempat k... #ig #idv	Scheduled	Today 6:02 PM	-	-
	THE NEXT FILLINGER - MULAI JANUARI 2021 PUNIA 18... #ig #idv	Published	Today 6:13 PM	213	26
	Apa aja yang baru dan seru dari Nara Nara Wily, chesschess? u' pers... #ig #idv	Published	Today 6:03 PM	199	9

Sumber : business.facebook.com/creatorstudio

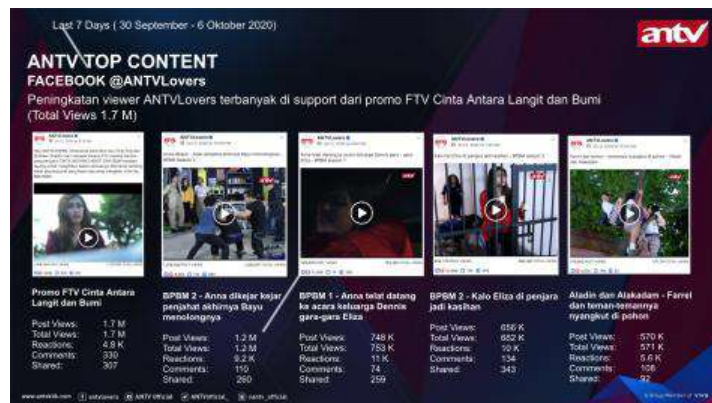
Dalam penjadwalan postingan di media sosial sangat perlu untuk memperhatikan pemilihan waktu yang tepat, dilihat berdasarkan Instagram *metrics*, *audience* paling aktif diwaktu-waktu tertentu. Jadwal unggah *postingan* yaitu pada pukul 11:00 WIB, 15:00 WIB, dan 21:00 WIB berdasarkan konten yang dibuat dan *request* dari pembimbing lapangan. Agar memudahkan dalam jadwal unggahan otomatis, maka *creator studio* digunakan penjadwalan otomatis untuk Instagram dan Facebook.

3.3.3 *Social Media Weekly Report*

Reporting (pelaporan) menurut Luther M. Gullick dalam bukunya *Papers on the Science of Administration* merupakan salah satu fungsi manajemen berupa penyampaian perkembangan atau hasil kegiatan atau pemberian keterangan mengenai segala hal yang berkaitan dengan tugas dan fungsi-fungsi kepada pejabat yang lebih tinggi baik secara lisan maupun tertulis sehingga dalam penerimaan laporan dapat memperoleh gambaran bagaimana pelaksanaan tugas orang yang memberi laporan.

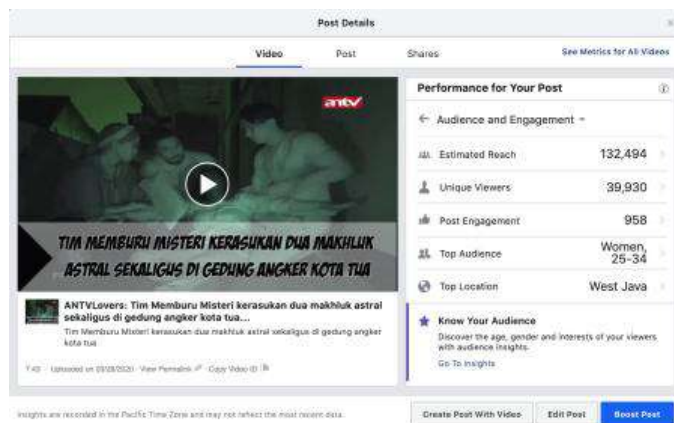
Setiap kegiatan memerlukan evaluasi untuk mengetahui perkembangan dari strategi yang telah dilakukan apakah berhasil atau tidak, begitupun dengan media sosial. Selain itu juga ditugaskan untuk memonitor media sosial dan menyusun *Social Media Weekly Report* untuk media sosial Facebook dan Instagram ANTV. *Social Media Weekly Report* berisi *Objective* yang akan dicapai, 5 konten atau *postingan* tertinggi (*likes, comment, reach, dan engagement*), jumlah kenaikan *followers, retention followers, timeline content* dalam seminggu, *revenue* dari konten Facebook, dan ada perbandingan dengan konten 2 media sosial stasiun televisi lain. Untuk mengetahui hal tersebut maka digunakan *Facebook Creator Studio* dan *Crowd Tangle*.

Gambar 3.5 Social Media Weekly Report



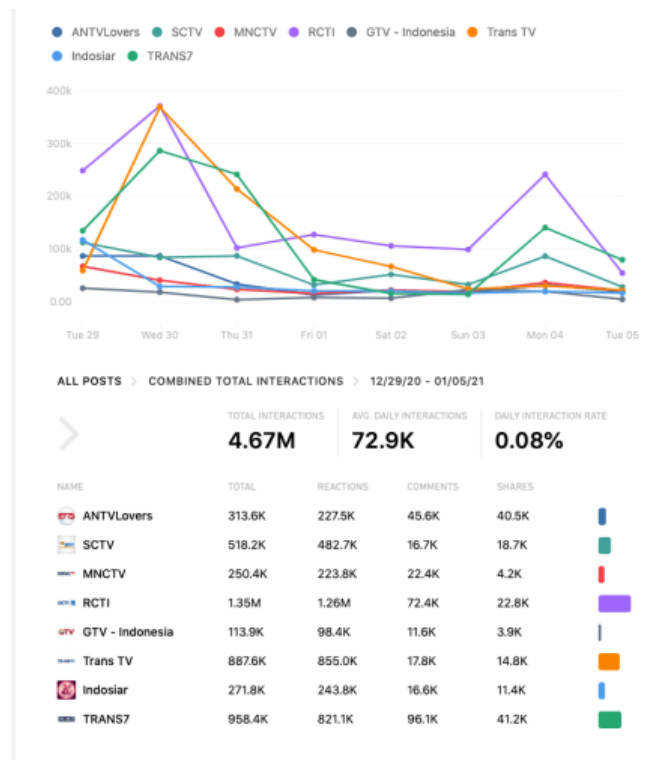
Sumber : Olahan Peserta, 2020

Gambar 3.6 Facebook Creator Studio



Sumber : bussiness.facebook.com/creatorstudio

Gambar 3.7 Crowd Tangle



Sumber : apps.crowdtangle.com

3.4 Kendala Kerja Magang

Dalam melaksanakan praktik magang, terdapat beberapa kendala saat melaksanakan tugas. Berikut kendala-kendala yang dihadapi:

1. Kekurangan tim dalam melakukan pembuatan konten, sehingga dalam sehari ada beberapa konten yang harus dikejar dengan waktu *deadline* yang padat.
2. Seringkali terjadi perubahan jadwal jam tayang oleh tim produksi, sehingga dalam sehari ada beberapa kali revisi untuk poster promo serial TV.
3. Dikarenakan pandemi COVID-19 maka untuk melakukan *brainstorming* tidak bisa dilakukan bersama dengan mentor dan teman magang lainnya, sehingga seringkali terjadi *miss-communication* antar rekan kerja.

4. Pembagian pekerjaan yang masih kurang jelas, sehingga fokus pekerjaan kurang spesifik

3.5 Solusi Kerja Magang

Terdapat beberapa solusi yang ditemukan untuk mengatasi kendala-kendala tersebut, antara lain:

1. Pada saat kerja magang berlangsung sebisa mungkin untuk menyelesaikan setiap detail pekerjaan dengan cepat dan sesuai dengan *deadline* yang diberikan, agar sesuai dengan *timeline* kerja yang telah dibuat.
2. Penentuan jadwal penayangan tidak bisa diganggu gugat oleh tim media sosial, karena yang menentukan adalah tim produksi sehingga sebisa mungkin untuk selalu sigap ketika ada perubahan-perubahan jam tayang.
3. Memanfaatkan media komunikasi, agar komunikasi antar rekan kerja magang dan pembimbing lapangan harus *intens*, jika ada perubahan-perubahan mengenai pekerjaan harus segera dikomunikasikan agar tidak terjadi kesalahan dalam pekerjaan.